



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

El periodismo deportivo y las TICS:
el rol de la imagen en el tratamiento de la información periodística
Ariadna Agostina Chevenet
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 3, N.º 2, diciembre 2017
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

El periodismo deportivo y las TICS: el rol de la imagen en el tratamiento de la información periodística

Ariadna Agostina Chevenet

ariadnachevenet@gmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Introducción

Esta investigación está enmarcada en la Beca de Estímulos Científicos 2016 del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) y retoma las preguntas que plantea el proyecto "Comunicación, Periodismo y Deporte. Análisis de la construcción de la información deportiva en los principales diarios argentinos", desarrollado por docentes investigadores de la FPyCS, respecto a qué es noticia deportiva hoy y cuál es su tratamiento. Este trabajo, a su vez, se enmarca en la cátedra Taller de Análisis de la Información de la Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo, en donde soy adscripta desde el año 2013 hasta la actualidad.

En este marco, este trabajo tiene como finalidad describir y analizar la construcción de la noticia deportiva, tomando como objeto de estudio el rol de la imagen en el tratamiento de la información. Se seleccionó como material de análisis por un lado, el portal web del diario deportivo "Olé", y por el otro la versión online del suplemento deportivo del diario La Nación "Cancha Llena" durante el desarrollo de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016, desde la ceremonia inaugural y hasta el último evento deportivo.

La elección del tema se sitúa en un contexto donde las nuevas tecnologías han dado un giro en el modo de comunicarse e informarse, dónde han ocupado un rol importante en los eventos deportivos. Es por esto que resulta necesario indagar respecto de qué sentidos se construyen a partir de la imagen como un factor relevante en la composición de la noticia.

El rol de la imagen en la noticia deportiva

En el proyecto "Comunicación, Periodismo y Deporte. Análisis de la construcción de la información deportiva en los principales diarios argentinos", se describe que *"la noticia es una construcción, es una interpretación de la realidad y es el resultado de múltiples procesos en donde desde el título hasta el epígrafe está pensado con un sentido y un criterio editorial según cada medio"*. Y desde ese lugar la entendemos a los efectos de este trabajo.

Es en este contexto que la construcción de la información deportiva, como categoría de análisis, merece ser estudiada. En este sentido es importante indagar qué es noticia deportiva para los medios, que legitiman o deslegitiman día a día - según sus criterios editoriales - cómo definen desde su discurso periodístico al deporte. ¿Qué es deporte para los medios?; ¿Cuál es su enfoque?; ¿Sobre qué disciplinas focalizan su interés?; ¿Qué tratamiento dan a la información?; ¿Cómo presentan los temas deportivos en las tapas?; ¿Qué tratamiento visual le otorgan?; ¿Quiénes son los protagonistas de sus páginas?; ¿Qué fuentes utilizan?; ¿Qué estrategias discursivas y narrativas intervienen en la construcción de la información?; ¿Utilizan los medios los mismos recursos textuales y comunicacionales?; son algunos de los interrogantes que resultan interesantes de abordar en esta investigación.

Como se describe en el artículo "¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información?", de la cátedra Taller de Análisis de la Información de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP,

"Para abordar el tema de la construcción, selección y jerarquización de la información, es necesario tener en cuenta, que se dice, porque se dice lo que se dice, en qué contexto, con qué fin, cómo se dice, a quien se dirige. Además de considerar que la información está contextualizada en sociedades no solo

más fraccionadas, sino cada vez más complejas en lo que se refiere a sus problemáticas, necesidades, expectativas e intereses en general, hay que prestar especial atención a los intereses (ideológicos) de los medios que deciden dar más espacio o menos, a esa información". (Ghea, M.E., Blázquez, V., y Viale, P.E., 2009)

Desde el campo de la comunicación resulta interesante analizar discursivamente, pero lo discursivo no solo es la información y sus complejidades, sino que hay que poder mirar también otros aspectos que la componen. La imagen ha cobrado una importancia, sobre todo en los soportes web. Los nuevos escenarios de comunicación han transformado los criterios de noticiabilidad. Según Sebastián Iasenza en su texto "La edición periodística":

"Existen elementos constitutivos de la noticia que por su influencia sobre el lector recaen también en la labor de los editores. En este lineamiento, la toma de decisiones periodísticas basadas en la política editorial del medio harán que elementos determinantes como la titulación, las imágenes y los epígrafes sean seleccionados por el editor responsable. En el recorrido de lectura, el consumidor de medios gráficos prioriza estos tres elementos señalados - título, foto y epígrafe- conformando así una primera impresión del enfoque otorgado a la temática, que muchas veces no solo es la mirada inicial, sino la única sin adentrarse al cuerpo de la noticia, lo cual justifica lo importante de estos tres componentes.

Queda en claro entonces, que muchas veces la elección de los lectores de leer una noticia depende de lo atractivo que sean estos tres componentes, si llama la atención o no. Esto le brinda una relevancia, la cual significa que detrás de la elección de cada una de las fotografías seleccionadas para la nota, existen criterios de selección, jerarquización, de exclusión y sobre todo sentidos que entran en juego a la hora de publicarlas.

Según Iasenza *"las fotografías son un elemento de atracción para el lector que contribuyen a informar, describir y comentar hechos de la actualidad antes que el*

lector lea ni una sola palabra. Al darle rostros humanos, ambientes y temporalidades reconocibles a los textos que describen u opinan, ayuda a aumentar el interés por los hechos e incluso fundamentarlos (...) aunque siempre hay que tener en cuenta que las fotos, lo mismo que las noticias, son reconstrucciones de la realidad”.

Nada está ligado al azar, las prácticas del periodismo deportivo también merecen análisis críticos. Así se plantea en el proyecto de investigación antes mencionado:

“El informar de un medio no es aséptico, pese a que algunas corrientes de pensamiento y desde algunas redacciones, plantearon, y plantean, la “objetividad” en la presentación de las noticias. Esto implica entender que en tanto relato del hecho existe la selección, la inclusión, la exclusión, la jerarquización de la información al momento de narrarlo. Es decir que la noticia es una construcción, pero además es una representación social de la realidad. En palabras de Miquel Rodrigo Alsina “...es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible.” (Rodrigo Alsina M., 1989)”.

A partir de esto, este proyecto contribuirá a la bibliografía y teoría existente sobre periodismo, porque el trabajo propone establecer categorías de análisis para abordar la imagen en la noticia deportiva, pensando al deporte como un fenómeno social y cultural.

Metodología utilizada para el análisis

Al igual que en proyecto antes mencionado, se planteó seguir con la metodología trabajada, que refiere al paradigma de investigación cualitativa, con amplios antecedentes en el campo de la comunicación y de la cultura por considerar que es la más adecuada y pertinente al objeto de estudio. Es por esto que se basó en la perspectiva interpretativa, un proceso de indagación y exploración al cual el investigador accede a través de interpretaciones con el apoyo de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo en forma integral y completa.

Para abordar el tema de estudio se tomaron:

-Los textos teóricos elegidos en relación a la temática

-Las capturas y selección de imágenes de los dos medios elegidos durante el periodo de los Juegos Olímpicos Río de Janeiro 2016

-La opinión de actores (periodistas, editores, académicos, especialistas) a través de entrevistas

Este material sirvió como herramienta para poder llevar a cabo un análisis en profundidad del tema objeto. Se trabajó para abarcar el objeto de estudio desde distintas miradas, con eje en la búsqueda de la integralidad de la producción de conocimiento. Este proceso de indagación, a partir de la creatividad metodológica, combinó distintas técnicas para la recopilación y el análisis de la información. Lo esencial del concepto de método está en lo siguiente: en la elección de las técnicas a aplicar, en la capacidad de modificar técnicas existentes, adaptándolas a los problemas propios, y de imaginar técnicas nuevas.

La bibliografía seleccionada contribuyó como anclaje teórico, y si bien fue el punto de partida de la investigación, también fue un sostén para abordar el análisis del material recogido durante los Juegos Olímpicos, precisamente del portal web del diario "Ole" y de la versión online del suplemento deportivo del diario la Nación, "Cancha Llena".

Conclusiones

Se destaca que los Juegos Olímpicos resultaron muy ricos e interesantes para poder analizar, dada la multiplicidad de deportes que entran en juego. La construcción, selección y jerarquización de la noticia fue un proceso a indagar en los sentidos construidos por los medios seleccionados; al observar los deportes que más prioricen, aquellos a los que no, que jugadores aparecen más en la escena de la imagen y de qué manera.

Fue preciso también indagar en la historia de estos juegos, como proceso mundial, al igual que la cobertura que se les ha dado por los medios de comunicación, en Argentina principalmente, como precedente histórico. Es por esto, que las entrevistas a periodistas, editores, o profesionales del tema fueron materiales que aportaron otras miradas acerca de la temática.

Durante la investigación, se encontraron muchos trabajos realizados acerca del periodismo, pero muy pocos que traten al periodismo deportivo como una práctica profesional. Juan Bautista Branz, en su trabajo "Más allá de las fronteras... intersecciones entre Sociología del deporte y Periodismo Deportivo", en el que indaga sobre los estudios respecto al periodismo deportivo, señala que "*Son escasos los*

trabajos que reflexionan sobre el periodismo deportivo como práctica profesional, y a su vez, como campo donde se producen, y circulan informaciones y conocimientos sobre diferentes deportes. Es por eso, que encontramos en otras preguntas, de otros campos de estudios la articulación que pueda permitirnos comenzar a pensar cuál es el rol de los periodistas deportivos, en tanto actores, negociadores de sentidos, en relación a la circulación de significaciones que estructuran el espectáculo deportivo”. (Branz, J. 2011)

El análisis sobre la construcción de la noticia deportiva a partir del estudio de la selección y jerarquización de imágenes del portal web del diario “Olé” y de la versión online del suplemento deportivo el diario la Nación “Cancha Llena” durante el desarrollo de los Juegos olímpicos Río 2016, dan cuenta de la transformación en el campo de la comunicación y el deporte. No sólo a partir de los nuevos modos en que se comunican y se tratan las noticias deportivas en la era digital y los sentidos que se construyen respecto al deporte, sino como éstos son incorporados y apropiados por los periodistas y los usuarios.

Es decir, en este contexto de instantaneidad y convergencia mediática se generaron ciertos corrimientos y transformaciones dentro del campo de la comunicación y el deporte que merecen evaluarse y pensarse, para poder dar con análisis más acertados y concretos sobre cómo se construye la noticia deportiva hoy.

Es aquí, que aún más en este tipo trabajos, donde el análisis crítico y reflexivo sobre el pasado reciente del campo de la comunicación y la mirada crítica de este en relación al contexto de la era digital toman relevancia. Durante el año de trabajo y de investigación, se logró comprobar que analizar la imagen periodística en las publicaciones deportivas requerían, para comprender el tratamiento de la noticia y las nuevas prácticas en su totalidad, pensar los títulos y las imágenes como dos componentes inseparables del tratamiento visual y de la edición y se logró avanzar en la construcción de nuevas categorías analíticas y en un acercamiento más cercano con el objeto de estudio.

Bibliografía

ALBORNOZ, L. (2006) Periodismo digital. Los grandes medios en la red. Buenos Aires: La Crujía.

BRANZ, Juan Bautista (2011). “Más allá de las fronteras...intersecciones entre Sociología del deporte y Periodismo deportivo”, 9º Congreso Argentino y 4

Latinoamericano de Educación Física y Ciencias, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, UNLP, Disponible en congresoeducacionfisica.fahce.unlp.edu.ar/9o-ca-y.../Branz.-M25.p

GHEA Maria Elisa y Viale Patricia (2010). "Más allá de lo que publican los medios de comunicación". Texto de cátedra Taller de Análisis de la Información.

JENKINS, Henry (2008). Convergencia cultural. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelosa, Paidós Comunicación.

LÓPEZ, Andrés y LOPEZ Mariano Hernán (2012). "Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en Argentina", en Cuaderno de Cátedra Periodismo Deportivo I, Ediciones de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

LÓPEZ, Andrés (2015). Comunicación y Deporte: aportes para la construcción del campo en la universidad pública. Ediciones EPC- Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, Buenos Aires, 978-950-34-1186-5 Año: 2015

RODRIGO ALSINA, Miguel (1989). La construcción de la noticia. Paidós Comunicación. Barcelona.

IASENZA, Sebastián (2009). "La edición periodística". Guía de Cátedra del Taller del Análisis de la Información, FCyCS

DE FONTCUBERTA, Mar y BORRAT, Héctor (2006). Periódicos: Sistemas complejos, narradores en interacción. Primera parte: El periódico como sistema. Capítulo 1 - El periódico en una sociedad compleja. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires.

SCOLARI, Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona, Editorial Gedisa.